programa final

Encontro Nacional de Produtores e Usuários de Informações Sociais, Econômicas e Territoriais

INFORMAÇÃO PARA UMA SOCIEDADE MAIS JUSTA

III Conferência Nacional de Geografia e Cartografia

IV Conferência Nacional de Estatística

Reunião de Instituições Produtoras

Fórum de Usuários

Seminário "Desafios para Repensar o Trabalho"

Simpósio de Inovações

Jornada de Cursos

Mostra de Tecnologias de Informação

27 a 31 de maio de 1996
Rio de Janeiro, RJ BRASIL

IBGE 60 anos 1936-1996

Uma das maneiras de olhar o ofício de produzir informações sociais, econômicas e territoriais é como arte de descrever o mundo. Estatísticas e mapas transportam os fenômenos da realidade para escalas apropriadas à perspectiva de nossa visão humana e nos permitem pensar e agir à distância, construindo avenidas de mão dupla que juntam o mundo e suas imagens. Maior o poder de síntese dessas representações, combinando, com precisão, elementos dispersos e heterogêneos do cotidiano, maior o nosso conhecimento e a nossa capacidade de compreender e transformar a realidade.

Visto como arte, o ofício de produzir essas informações reflete a cultura de um País e de sua época, como essa cultura vê o mundo e o torna visível, redefinindo o que vê e o que há para se ver.

No cenário de contínua inovação tecnológica e mudança de culturas da sociedade contemporânea, as novas tecnologias de informação - reunindo computadores, telecomunicações e redes de informação - aceleram aquele movimento de mobilização do mundo real. Aumenta a velocidade da acumulação de informação e são ampliados seus requisitos de atualização, formato - mais flexível, personalizado e interativo - e, principalmente, de acessibilidade. A plataforma digital vem se consolidando como o meio mais simples, barato e poderoso para tratar a informação, tornando possíveis novos produtos e serviços e conquistando novos usuários.

Acreditamos ser o ambiente de conversa e controvérsia e de troca entre as diferentes disciplinas, nas mesas redondas e sessões temáticas das Conferências Nacionais de Geografia, Cartografia e Estatística e do Simpósio de Inovações, aquele que melhor enseja o aprimoramento do consenso sobre os fenômenos a serem mensurados para retratar a sociedade, a economia e o território nacional e sobre as prioridades e formatos das informações necessárias para o fortalecimento da cidadania, a definição de políticas públicas e a gestão político - administrativa do País, e para criar uma sociedade mais justa.

Simon Schwartzman
Coordenador Geral do ENCONTRO

Promoção

Fundação Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
IBGE
Fundação Instituto Brasileiro de Geografia e Estatistica
IBGE
Associação Brasileira de Estudos Populacionais
ABEP

Co-Promoção

Associação Brasileira de Estatística
ABE
Associação Brasileira de Estudos do Trabalho
ABET
Associação Brasileira de Pós-graduação em Saúde Coletiva
ABRASCO
Associação Nacional de Centros de Pós-graduação em Economia
ANPEC
Associação Nacional de Pós-graduação e Pesquisa em Ciências Sociais
ANPOCS
Associação Nacional de Pós-graduação e Pesquisa em Geografia
ANPEGE
Associação Nacional de Pós-graduação e Pesquisa em Planejamento Urbano e Regional
ANPUR
Sociedade Brasileira de Cartografia
SBC

Apoio

Federação das Indústrias do Estado do Rio de Janeiro
FIRJAN
Academia Brasileira de Letras
ABL
Conselho Nacional de Pesquisas
CNPq
Financiadora de Estudos e Projetos
FINEP
Revista Ciência Hoje

Institutos Regionais Associados

Companhia do Desenvolvimento do Planalto Central
CODEPLAN (DF)
Empresa Metropolitana de Planejamento da Grande São Paulo S/A
EMPLASA (SP)
Empresa Municipal de Informática e Planejamento S/A
IPLANRIO (RJ)
Fundação Centro de Informações e Dados do Rio de Janeiro
CIDE (RJ)
Fundação de Economia e Estatística
FEE (RS)
Fundação de Planejamento Metropolitano e Regional
METROPLAN (RS)
Fundação Instituto de Planejamento do Ceará
IPLANCE (CE)
Fundação João Pinheiro
FJP (MG)
Fundação Joaquim Nabuco
FUNDAJ (PE)
Fundação Sistema Estadual de Análise de Dados
SEADE (SP)
Instituto Ambiental do Paraná
IAP (PR)
Instituto de Geociências Aplicadas
IGA (MG)
Instituto de Pesquisas Econômicas, Administrativas e Contábeis
IPEAD (MG)
Instituto do Desenvolvimento Econômico Social do Pará
IDESP (PA)
Instituto Geográfico e Cartográfico
IGC (SP)
Instituto de Apoio à Pesquisa e ao Desenvolvimento "Jones dos Santos Neves"
IJSN (ES)
Instituto Paranaense de Desenvolvimento Econômico e Social
IPARDES (PR)
Processamento de Dados do Município de Belo Horizonte S/A
PRODABEL (MG)
Superintendência de Estudos Econômicos e Sociais da Bahia
SEI (BA)

Coordenação Geral

Simon Schwartzman

Comissões de Programa

Confege

César Ajara (IBGE)
Denizar Blitzkow (USP)
Jorge Marques (UFRJ)
Lia Osório Machado (UFRJ)
Mauro Pereira de Mello (IBGE)
Speridião Faissol (UERJ)
Trento Natali Filho (IBGE)

Confest

José A. M. de Carvalho (UFMG)
José Márcio Camargo (PUC)
Lenildo Fernandes Silva (IBGE)
Teresa Cristina N. Araújo (IBGE)
Vilmar Faria (CEBRAP)
Wilton Bussab (FGV)

Comissão Organizadora

Secretaria Executiva - Luisa Maria La Croix
Secretaria Geral - Luciana Kanham
Confege, Confest e Simpósio de Inovações
Anna Lucia Barreto de Freitas, Evangelina X.G. de Oliveira, Jaime Franklin Vidal Araújo, Lilibeth Cardozo R.Ferreira e Maria Letícia Duarte Warner
Jornada de Cursos - Carmen Feijó
Finanças - Marise Maria Ferreira
Comunicação Social - Micheline Christophe e Carlos Vieira
Programação Visual - Aldo Victorio Filho e Luiz Gonzaga C. dos Santos
Infra-Estrutura - Maria Helena Neves Pereira de Souza
Atendimento aos Participantes - Cristina Lins
Apoio
Andrea de Carvalho F. Rodrigues, Carlos Alberto dos Santos, Delfim Teixeira, Evilmerodac D. da Silva, Gilberto Scheid, Héctor O. Pravaz, Ivan P. Jordão Junior, José Augusto dos Santos, Julio da Silva, Katia V. Cavalcanti, Lecy Delfim, Maria Helena de M. Castro, Regina T. Fonseca, Rita de Cassia Ataualpa Silva e Taisa Sawczuk

Registramos ainda a colaboração de técnicos das diferentes áreas do IBGE, com seu trabalho, críticas e sugestões para a consolidação do projeto do ENCONTRO.

IV CONFERÊNCIA NACIONAL DE ESTATÍSTICA

RIO DE JANEIRO
27-31 de maio de 1996

PARA UMA ANÁLISE DIFERENCIADA DOS SERVIÇOS
(TEXTO AINDA SEM REVISÃO DO AUTOR)

por Michel Séruzier
Consultor na área de contabilidade nacional
Domaine de l'Alouette
38090 BONNEFAMILLE
FRANÇA

A presente comunicação não é um discurso em três partes, de estilo cartesiano, com a pretensão de esgotar uma questão. Apresenta-se antes como uma sucessão de flashes, tirados de minha experiência como contador nacional, e um pouco semelhantes ao assunto que é o tema da presente sessão: os serviços e sua diversidade, a tal ponto que sempre sentimos uma evidente dificuldade de propor uma leitura homogênea desse campo. No que me diz respeito, não pretendo empreender essa leitura homogênea, e essa opção está mais baseada em considerações epistemológica do que numa facilidade de leitura. É, de fato, o meio que me parece mais apropriado para acompanhar o grande número de atividades econômicas a que noção de serviços abrange.

1 - CONSTATAR A GRANDE VARIEDADE DOS SERVIÇOS

Estamos acostumados a fazer o inventário dos serviços por meio da nomenclatura das atividades que existe em todos os países, da qual a terceira revisão da CITI (ISIC)* propôs um novo enfoque unificado em escala mundial. No entanto, surgiu um desacordo quando se procurou associar à CITI uma nomenclatura dos produtos: a CPA proposta pela Europa, na qual o Brasil se inspira para fazer suas contas nacionais, toma distância em relação à CPC** proposta pelas Nações Unidas em relação aos serviços industriais (ver, abaixo, parágrafo 4).

Ora, é importante indagar qual é o papel de uma nomenclatura econômica do ponto de vista da teoria do conhecimento. De fato, toda nomenclatura constitui uma tentativa de, por meio da classificação que propõe, interpretar e classificar fenômenos multiformes. No campo das espécies animais ou vegetais surge uma certa convergência, facilitada, porém, pela estabilidade dessas espécies, ao menos na escala de nossa história. Na área das atividades econômicas, a variedade das interpretações propostas ao longo do tempo tem sido muito maior,[1] e constatamos, ao mesmo tempo, que a evolução dessas atividades é permanente. Uma nomenclatura é, pois, a constatação, num determinado momento (e com um certo atraso), do estado das teorias econômicas que procuram interpretar uma situação em movimento. Ora, o desenvolvimento econômico atual é mais manifesto justamente na área dos serviços.

Na verdade, não existe estabilidade na escala de nossa história imediata, na economia talvez ainda menos que nas outras ciências humanas. E a ordem que podemos descobrir nessas áreas é fruto de nossa interpretação, e nunca a descoberta de uma ordem pré-estabelecida que exista independentemente de nossa leitura. Por conseguinte, as grades de análise propostas esforçam-se por interpretar uma exuberância que nos escapa; pretender a unicidade seria um engodo, e a diversidade das leituras propostas revela a variedade dos pontos de vista possíveis. Sua pertinência é, assim, medida unicamente por sua eficácia na interpretação dos acontecimentos.
Ora, as nomenclaturas de atividades e produtos atualmente são construídas com base na dicotomia entre bens e serviços. E se o conceito de bens pode ser definido sem dificuldade

---

* ISIC - International Standard Industrial Classification; Classificação Internacional Industrial Uniforme. CITI é a sigla em francês.
** CPC - Classification of Products and Activities; Classificação de Produtos e Atividades.
[1] D. Gibert, J. Laganier e M. Volle, "Essai sur les nomenclatures industrielles", in *Economie et Statistique* n°20, Paris, fevereiro de 1971.

("os bens são objetos físicos", e o SCN* utiliza um único parágrafo, o 6.7, para apresentá-los), o mesmo não ocorre com os serviços, que aparecem sobretudo como complemento dos bens no espaço dos produtos. Assim, o SCN precisa de seis parágrafos para defini-los. Além disso, sua variedade de conteúdos não faz mais que confirmar a dificuldade de reuni-los numa definição simples. Seria possível propor outro enfoque? Certas pistas parecem despontar, como o conceito de bens imateriais (ao qual se associa a possibilidade de investir), mas não surge nada de realmente unificado. A situação atual nos convida, pois, à pesquisa e à criatividade. O texto abaixo só pode confirmar essa necessidade, mas sem dúvida precisaremos trabalhar com base na diversidade de respostas.

2 - UMA VARIEDADE DE "SERVIÇOS": A PRODUÇÃO DE CONHECIMENTO E/OU DE INFORMAÇÃO

O que têm em comum um filme, um romance, uma planta de arquitetura e um programa de informática? Pouca coisa, na verdade, se pensarmos na maneira como se tem acesso a esses items: uma sessão de cinema, um livro, um edifício ou um computador. Nessa circunstâncias, contudo, a criação já ocorreu, e é por intermédio de outro produto (bem ou serviço, conforme o caso) que se pode tomar conhecimento deles, ou, caso necessário, utilizá-los. Em outras palavras, uma produção intelectual aconteceu num determinado momento, e é possível manter sua memória ao longo do tempo: ela é armazenável. A produção de conhecimento é, pois, um serviço de tipo particular, e temos inclusive o direito de nos perguntar se ainda é pertinente falar de serviço. Estamos, de fato, assistindo ao surgimento de um novo produto.

Por conhecimento não se deve entender apenas um saber formalizado sob forma de conceitos. O conceito também abrange o know-how, seja ele dominado por uma pessoa (o que os ingleses chamam de "skill") ou por uma equipe de trabalho, incorporado a uma máquina ou a uma organização. O saber também pode ser puramente coletivo, no sentido de uma cultura que um povo detém.

Surge então a pergunta: qual é a parte econômica desse conhecimento que emerge? No contexto da contabilidade nacional atual, deveríamos nos limitar à parte mercantil dessa criação, ou seja, à que dá lugar à troca remunerada entre agentes econômicos. Mas é justamente o que ocorre no caso do cineasta, do romancista, do arquiteto ou do técnico em informática, seja diretamente, seja através das empresas que negociam suas criações.

Além disso, a criação de conhecimento pode suscitar uma prestação única e instantânea: o conferencista, ou o consultor que trata uma situação particular. No mais das vezes, porém, essa produção não termina no momento em que é entregue. Trata-se então de um saber colocado numa forma tal que lhe permita ser portátil (quer dizer, transferível de maneira autônoma, independente das pessoas que o produziram): imagens, textos, suportes informáticos, grades de análise... Mas esse saber pode ser transmitidos no espaço e no tempo, e adquire uma dimensão material, pois é necessário um suporte para conservá-lo. Mas então não é mais apenas conhecimento, tornou-se informação, sobre a qual pode-se exercer direitos.

---

* SCN - Sistema de Contas Nacionais.

A informação é, portanto, conhecimento que se torna portátil e, uma vez produzida, deve encontrar um suporte material no qual se inscrever, eventualmente em múltiplos exemplares. Mas isso supõe uma produção complementar, de outra natureza: um suporte para essa informação (película sensibilizada, livro, maquete, disquete gravado, entre muitos outros suportes possíveis); trata-se então de uma produção de bens.

Além disso, para que essa informação esteja disponível, talvez seja necessário produzir numerosos serviços (no sentido mais clássico do termo):

- transporte (inclusive telecomunicações),
- transmissão do conhecimento que a informação contém (por meio do ensino, em particular),
- representação (teatro, cinema, concerto, etc)
- consulta (médico, advogado, "consultor", etc)
- gestão dos direitos de propriedade, etc.

3 - OS SERVIÇOS E A DURAÇÃO

Entre as características próprias aos serviços, é clássico frisar o fato de que sua produção e prestação não podem ser dissociados: o tempo não intervém entre esses dois pontos. Mas será que a duração é por isso excluída da produção dos serviços? De forma alguma; mas não é inútil introduzir algumas análises a esse respeito, pois o tempo pode intervir de muitas maneiras diferentes.

- O tempo intervém na implementação do trabalho que supõe a produção do serviço: todo trabalho necessita uma duração para ser realizado; assim, a maioria dos serviços é prestada no ritmo do trabalho necessário para produzi-los: o cabelereiro, a sessão de cinema, o trabalho do consultor, o ensino, a reparação, etc. Em alguns casos, a prestação depende também de um roteiro que escapa tanto ao cliente como ao fornecedor (o serviço de um advogado em um processo).
- O tempo também intervém na duração da utilização do equipamento graças ao qual o serviço é fornecido: a ocupação de uma moradia, a utilização de um veículo alugado ou mesmo o próprio transporte.
- O tempo também pode ser um elemento do contrato: a manutenção de um bem, o serviço de seguro.
- No caso de certos serviços, mais particularmente os que geram um saber e cuja entrega se faz sob forma de informações, é necessária uma determinada duração para produzi-los (um filme, um programa, o trabalho de um arquiteto, etc). Neste caso, a contabilidade nacional agora prevê estoques possíveis de bens ainda em curso de produção porém já contabilizados.
- Para os mesmos produtos de informações, o produto entregue pode sobreviver à sua entrega; prevê-se, portanto, a possibilidade de o produtor estocar produtos acabados, e uma formação de capital fixo (FBCF) da parte do adquirente.
- No caso de certos serviços, em particular nos transportes, na hotelaria e nos espetáculos, a venda pode ocorrer antes da prestação do serviço; e há profissionais (as agências de viagem, em particular) cuja atividade principal é essa. Devem então ser considerados como comerciantes que vendem mercadorias e cuja produção seria analisada como mar-

gem? Não, pois o comprador não adquire o produto em si, mas um direito econômico sobre a entrega futura; seria, antes, a entrega de um instrumento financeiro.

- No caso de todos os serviços cuja prestação exige uma certa duração (é tipicamente o caso dos seguros, mas o princípio deve ser estendido a outros serviços), concordou-se em aplicar o direito constatado como princípio de valorização; a produção do ano é medida em proporção ao tempo transcorrido em relação à duração do contrato (o que, de resto, corresponde às práticas contábeis das companhias de seguros).

4 - SERVIÇOS INDUSTRIAIS

É freqüente os atores econômicos utilizarem o termo "serviço" em sentido mais amplo que o registrado na nomenclatura das atividades. Assim, fala-se de serviços de reparação naval, ou ainda de serviços de apoio à agricultura, ao passo que a CITI (ISIC) classifica essas atividades como produtoras de bens. E se a CPC classifica como serviços os outputs correspondentes, o mesmo não faz a União Européia, uma vez que a CPA* (que é a nomenclatura de produtos associada à NACE**) os considera como produtos das mesmas atividades; aliás, cabe observar que esta classificação é conforme às opções metodológicas utilizadas nas matrizes input-output. Isso nos leva a apresentar algumas reflexões a respeito de duas categorias de "serviços": os serviços industriais e os serviços auxiliares, já que os primeiros não são considerados como serviços e que a tendência é basicamente ignorar os segundos.

Poderíamos definir um *serviço industrial* como uma sub-parte do processo de produção de um bem, sub-conjunto apartado do produtor principal e confiado a um terceiro. Distingue-se, pois, do *serviço auxiliar*, que corresponde ao fornecimento de uma atividade de apoio à realização desse processo (os serviços auxiliares são comentados no parágrafo seguinte).[2]

Quando um processo industrial é integrado, não aparecem serviços industriais que, em compensação, surgem assim que o produtor principal recorre a terceiros para realizar uma parte das intervenções necessárias à realização de seus produtos acabados. Tradicionalmente, esses serviços eram utilizados para a realização de tarefas particularmente especializadas, ou ainda para enfrentar um aumento conjuntural da procura. Mas as empresas têm cada vez mais tendência a limitar sua atividade aos pontos-chave de seu processo de produção, recorrendo à terceirização para dar conta de numerosas tarefas que fazem parte desse processo. Assistimos, pois, a uma ampliação dos serviços industriais, segundo modalidades que dependem muito da natureza da atividade em questão. A título de exemplo, podemos mencionar os seguintes casos (alguns dos quais são explicitamente citados na CITI):

---

* CPA - Classification of Products and Activities; Classificação de Produtos e Atividades.

** NACE - Nomenclatura de Atividades da Comunidade Européia.

[2] As questões abordadas neste parágrafo e no seguinte não podem ser dissociadas de um debate mais geral: a fronteira que deve ser estabelecida entre o fornecimento de um trabalho e a prestação de um serviço (industrial ou outro). Não devemos, em particular, deixar-nos impressionar pelas denominações e considerar às vezes como salariado (ou seja, fornecimento de um trabalho), o que os atores econômicos teriam tendência a considerar como prestação de serviço.

- na agricultura: certos trabalhos ligados ao tratamento dos solos e dos cultivos, a própria colheita, ou ainda o processamento inicial dos produtos colhidos (prensagem, decorticação, secagem, etc);
- na produção de hidrocarbonetos: o trabalho vinculado à exploração, as tarefas de medição e controle, a gestão de certos equipamentos, etc;
- na construção civil: as obras realizadas por meio de maquinária especializada, a distribuição das tarefas conforme certos ofícios, etc.

De resto, encontramos diferentes maneiras de gerenciar as relações comerciais com os fornecedores desses "serviços":

- o contrato comercial clássico, que supõe o fornecimento pontual de um serviço definido a priori;
- o trabalho no qual o fornecedor recebe todas as matérias-primas que deve processar; neste caso, o vínculo pode ser pontual, mas costuma ser permanente, inclusive com as pessoas que trabalham a domicílio (é, particularmente, o que ocorre nos setores do vestuário e do calçado);
- a terceirização: delega-se a outra empresa uma tarefa específica do processo, seja sob forma de uma peça a incorporar, seja solicitando-lhe uma intervenção especializada sobre os materiais que estão sendo transformados, seja, ainda, delegando-lhe uma produção que normalmente cabe à empresa que a encomenda;
- a coordenação do trabalho: quando um produtor coordena a atuação de trabalhadores de vários ofícios diferentes que intervêm na mesma realização; trata-se de uma forma que existe em particular na construção civil ou na produção de grandes materiais de equipamento (fábricas chave na mão, por exemplo).

Apenas uma análise técnica permite que se estabeleça a diferença entre esses serviços industriais e as outras denominações: serviços auxiliares ou qualquer outra forma de serviços. Este ponto tem grande importância, pois os serviços industriais não devem ser classificados entre as atividades de serviços. Além disso, é preciso sempre usar uma forma homogênea de fazer a análise econômica dessas atividades, pelo menos se quisermos assegurar um tratamento macroeconômico homogêneo de situações microeconômicas tratadas de maneira muito diferente por cada um dos atores implicados.

Para esclarecer o que quero dizer, darei um único exemplo: a decorticação do café. No Brasil, esta atividade costuma estar integrada ao estabelecimento agrícola que faz o cultivo; nesse caso, a produção agrícola deveria ser o café decorticado. Na Colômbia, a produção agrícola é feita por pequenas unidades e a decorticação é realizada por cooperativas, sendo que os camponeses conservam a propriedade do café decorticado; nesse caso, a decorticação deveria ser tratada como serviço industrial prestado à agricultura. No Peru, as unidades de decorticação compram o café dos camponeses e o comercializam por conta própria; nesse caso, a decorticação é uma atividade manufatureira. No Equador, por fim, são os comerciantes que entregam o café para ser decorticado em estabelecimentos especializados; estes também devem ser classificados como indústria manufatureira. Problemáticas similares existem nos casos do cacau, do vinho, do fumo e do azeite de oliva.

5 - SERVIÇOS AUXILIARES

Os serviços auxiliares de fato se encaixam bem na categoria dos serviços enumerados pelas nomenclaturas de atividades e produtos: transporte, armazenamento, manutenção, serviços administrativos, locação de imóveis ou aluguel de equipamentos, capacitação, segurança, etc. Trata-se, na verdade, de todos os serviços aos quais uma empresa pode recorrer para acompanhar a realização de sua atividade principal (fala-se também de serviços de apoio).[3] Quando esses serviços são prestados por empresas independentes que trabalham para diversos clientes ao mesmo tempo, é evidente que sua produção deve ser contabilizada. Em compensação, o SCN concorda em ignorar sua produção não só quando os serviços são realizados pelo próprio beneficiário, mas até quando o produtor, juridicamente independente, é uma filial do beneficiário (Ver SCNB* , 4.40-44). Por conseguinte:

- Devemos ignorar os estabelecimentos de uma empresa sempre que sua função for prestar serviços auxiliares aos outros estabelecimentos. Seus custos e seus assalariados devem então ser repartidos entre os outros, proporcionalmente aos serviços que lhes são prestados.
- A contabilidade nacional não atribui existência institucional própria às empresas chamadas de auxiliares, quer dizer, às filiais cuja atividade é, por sua própria natureza, prestar serviços à empresa-mãe. E a produção de seus estabelecimentos é ignorada, do mesmo modo que a dos mencionados acima.

Assim, como no caso dos bens, são ignorados os serviços que um estabelecimento produz para atender a suas próprias necessidades (com exceção dos que suscitam imobilização, como os programas de computador, por exemplo); mas, ao contrário dos bens, também são ignorados os serviços que os estabelecimentos de um mesmo grupo financeiro de empresas prestam uns aos outros, o que tem várias conseqüências para a análise econômica:

- A produção de serviços prestados às empresas só é medida se for realizada num contexto de independência, quer dizer, conforme um processo de divisão efetiva do trabalho.
- Por conseguinte, a evolução econômica dos serviços, bem como seu peso na economia nacional, depende da maneira como se organiza a divisão do trabalho; o mesmo ocorre no caso da distribuição dos empregos por atividade.
- A medida das margens de distribuição (comércio e transporte) depende da produção efetivamente medida para essas duas atividades.

No caso do Brasil, e no que diz respeito ao transporte, essa situação vem questionar o tratamento hoje adotado no contexto da renovação das contas nacionais em curso. Considerando-se a importância do transporte de mercadorias no país, havia sido acordado contabilizar como margens de transporte a atividade dos estabelecimentos especializados. Segundo esse novo enfoque, e a título de exemplo, não pode mais haver produção de transporte associadas às ferrovias administradas pela empresa Vale do Rio Doce.

---

[3] O SCN, 5.9-16, apresenta detalhadamente os serviços auxiliares, definindo-os como "uma atividade complementar exercida por uma empresa no intuito de criar as condições que lhe permitam o exercício de suas atividades principal ou secundárias".

* SCNB - Formação Bruta de Capital Fixo.

6 - FORMALIZAR A ANÁLISE ECONÔMICA PRÓPRIA A CADA TIPO DE PRODUTO

Este procedimento já é bem conhecido no caso de alguns produtos, e o novo SCN precisa como se deve proceder à sua medida; citemos, em particular:

* o comércio (cuja produção é medida pela margem comercial);
* os serviços financeiros (com o serviço de intermediação financeira medido indiretamente);
* os serviços de seguros;
* o leasing.

Mas esse procedimento deve ser generalizado; alguns dos casos apresentados abaixo também são mencionados no SCN, outros correspondem a soluções adotadas no contexto da elaboração de Tabelas de Insumo Produto (TES). Seja como for, a preocupação dos contadores nacionais em implementar um tratamento homogêneo para a medição de certos serviços deveria facilitar a abordagem estatística dessas mesmas atividades.

a) Publicidade

Do ponto de vista das empresas que a ela recorrem, a publicidade é um item do orçamento, uma espécie de função de consumo apropriada como tal e cuja importância depende de opções estratégicas. Em compensação, as despesas em que se deve incorrer em função da publicidade podem ser distribuídas por bens e serviços bastante diferentes da nomenclatura dos produtos. Encontramos, mais especificamente:

- os serviços prestados pelas próprias agências de publicidade, responsáveis pela concepção e a coordenação das campanhas publicitárias;
- a elaboração das mensagens publicitárias e sua adaptação à linguagem própria a cada um dos suportes utilizados;
- a produção dos suportes propriamente ditos: imprensa escrita, rádio, televisão, cinema, publicações específicas, outdoors, etc;
- a realização das próprias mensagens (filmes, fotos, cartazes, trilha sonora, layout, pintura mural, etc).

É claro que a contabilidade nacional só contempla a parte comercializada desses diferentes bens e serviços. Mas uma empresa pode ser levada a pagar separadamente a totalidade ou uma parte dessas diferentes despesas vinculadas a uma campanha publicitária. O vendedor de suporte, por sua vez, não tem condições de precisar as atividades às quais oferece seus serviços. É por isso que a melhor solução consiste em reunir todas essas produções como consumo intermediário do ramo "serviço de publicidade", de forma que a produção desse ramo corresponda basicamente às despesas globais que as empresas efetuam com publicidade. Aliás, devemos observar que toda a cadeia de produção publicitária coresponde à criação de bens ou informações, e que apenas a ação de publicidade (emissão da mensagem) constitui produção de serviço propriamente dita.

b) Agências de viagem
É um procedimento inverso que propicia uma melhor abordagem da atividade das agências de viagem, em particular quando funcionam como "tour-operators". Claro que o cliente compra um "pacote" incluindo viagem, hospedagem, alimentação, visita guiada, etc. Mas a agência não vende esses serviços, e sim um direito a ter acesso a eles no momento em que forem produzidos. Assim, a produção das agências deve limitar-se à comissão que recebem pela disponibilização desses serviços:

* comissão paga pelo fornecedor sob forma de reembolso;
* comissão explicitamente faturada ao cliente, além da tarifa cobrada pelo fornecedor.

c) Casas lotéricas
O serviço prestado pelas casas lotéricas pode ser analisado por meio de um enfoque semelhante ao usado no caso dos seguros. Os ganhos efetivamente distribuídos (incluindo a retenção fiscal eventualmente praticada) devem ser considerados como transferências entre unidades familiares. A produção do serviço de loteria deve, pois, ser medido pela diferença entre o preço recebido dos jogadores e o montante pago aos ganhadores (e ao Estado, a título de retenção sobre os ganhos). Essa mesma produção divide-se, a seguir, em dois elementos: a comissão dos vendedores de bilhetes e o ganho propriamente dito do responsável pela gestão da casa lotérica.

d) Serviços vinculados às transações sobre ativos (produtos ou não)
O custo desses serviços é acrescentado ao preço de venda e constitui um elemento do preço pago pelo comprador; somam-se eventualmente a ele os impostos que incidem sobre a transação em si (e não os cobrados a título de uma eventual mais valia). O SCN indica que esse conjunto (serviços + impostos) deve ser tratado como um elemento de FBCF que figura na conta de bens e serviços desses serviços ligados às transações, e o imposto em questão é tratado como imposto sobre esse serviço.

7 - A RESPEITO DAS ESTATÍSTICAS SOBRE OS SERVIÇOS

Não é fácil desenvolver um sistema de informação sobre os serviços, e é característico que numerosos países não atinjam, nessa área, o nível mínimo que os contadores nacionais teriam o direito de esperar. Atualmente, o Brasil está entre esses países. Tomo a liberdade de contribuir com alguns comentários para esse debate.

a) Análise da procura
São múltiplas as solicitações de informação sobre os serviços, mas é preciso saber que as expectativas dependem das preocupações de cada um. Assim, me limitarei a apresentar aqui o ponto de vista do contador nacional, que pode ser resumido em alguns princípios fáceis de enunciar, porém mais difíceis de satisfazer:

- dar preferência a um mínimo de informações sobre todas as atividades de serviços, e não a informações mais completas que, contudo, só cubram uma parte do campo;
- dar prioridade aos dados que permitem um acompanhamento cronológico dessas atividades, antes que a dados episódicos, mesmo se mais detalhados;
- ter homogeneidade nas nomenclaturas utilizadas para a coleta de informação;
- usar uma abordagem "econômica" personalizada dos serviços pesquisados.

Ora, a experiência mostra que é bem difícil atender a esses poucos requisitos.

b) Dificuldades específicas

Não se deve ocultar que a coleta de informações junto às atividades de serviços reveste dificuldades particulares. Mais especialmente, podemos mencionar:

- na maioria dos casos, uma imensa dispersão das unidades, quase sempre muito pequenas;
- geralmente, a visibilidade dos estabelecimentos produtores é bem menor que no caso da produção de bens;
- por essas duas razões, entre outras, uma parte importante da atividade pode ser realizada de maneira informal ou subterrânea;
- a dificuldade de implementar, nesse contexto, um plano de sondagem satisfatório;
- ausência de materialidade dos produtos, o que dificulta o controle fiscal e, por conseguinte, suscita índices elevados de sub-declaração estatística;
- pela mesma razão de imaterialidade, é mais difícil de captar a evolução dos preços;
- a necessidade de criar uma consulta personalizada, no intuito de considerar as especificidades da análise econômica associada a cada família de serviços (cf. parágrafo 6 acima).

c) Necessidade de uma estratégia global

A conquista do domínio da informação sobre os serviços só pode ser um trabalho a longo prazo. A resposta a esse problema não é obtida fazendo-se um recenseamento de vez em quando, nem lançando uma sondagem estrutural que não terá continuidade. Assim, é preferível prever uma abordagem limitada, que será progressivamente estendida ao conjunto dos serviços e repetida anualmente; só será concebível contemplar uma melhora na riqueza das informações coletadas quando se alcançar essa cobertura permanente.

Além disso, é necessário prever uma abordagem diferenciada das atividades, pois seria vão querer pesquisar toda a população dos estabelecimentos:

- pelos estabelecimentos, para os mais importantes (no contexto de um plano de sondagem a definir);
- pelo viés das unidades familiares, para o resto (o que permite que se aborde, ao mesmo tempo, a prática informal dessas atividades).

d) À procura das variáveis-chave

Do ponto de vista do contador nacional, o importante é conseguir informações sobre o que poderíamos chamar de variáveis-chave dessas atividades. Nesse sentido, pode-se mencionar mais particularmente:

- o número de pessoas empregadas e o montante da renda que obtêm com essa atividade; tal informação provém necessariamente de sondagem feita junto às unidades familiares. Aliás, é uma sondagem desse tipo que propiciaria, ao mesmo tempo, informações sobre a economia informal;
- uma sondagem estruturada junto a unidades maiores, em particular as constituídas em empresas;
- a procura das variáveis-chave próprias a cada atividade: toneladas/quilômetros para o transporte rodoviário, índice de margem para o comércio, coeficientes técnicos vinculados a determinados tipos de serviços, produtividade per capita, etc.